

# MENYIKAPI FENOMENA LABELLING OLOK-OLOK POLITIK DI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF HADIS NABI

**Andi Azhari**

**Perguruan Thawalib, Padang Panjang, Sumatera Barat**

[azhariandi59@gmail.com](mailto:azhariandi59@gmail.com)

DOI: 10.14421/livinghadis.2018.1624

## **Abstract**

*This article discusses the case of social labelling in social media in relation to recent political issues. This case is increasing among Indonesian people since 2014 general election up to date which gives bad effects to society. This article explains the case in more detail by using social sciences theories. Then it takes hadith as inspiration to solve the case by using paradigm method which is introduced by Kuntowijoyo. Users of netizen, practically, collaborates both of hadith and alquran to get comprehensive argument. In short, this article finds some ways to face the case of labelling in social media in relation to politic issues, people are communicating respectfully with others; keeping good attitude in social media includes avoiding to give bad titles (labelling) to others; saying or doing nothing for unable to say or do good things; and supporting the candidates wisely to reject "fanaticism".*

**Keywords:** *Hadith, Labelling, Social media and Politic*

### **Abstrak**

*Artikel ini mendiskusikan problem sosial tentang labelling olok-olok politik di media sosial yang massif terjadi dewasa ini di tengah-tengah hiruk pikuk menyambut pesta demokrasi akbar Indonesia 2019. Gegap gempita masyarakat Indonesia dalam menjamu momentum “gadang” tersebut sangat luar biasa. Antusiasme tersebut patut diacungkan jempol. Namun di sisi lain, antusiasme berlebihan tersebut justru menimbulkan kegaduhan di media sosial yang berdampak di kehidupan nyata. Sebut saja perilaku labelling olok-olok politik antara simpatisan pendukung dari partai dan calon pemimpin. Perilaku labelling ini pada gilirannya menimbulkan gesekan dan perpecahan di masyarakat. Artikel inimeninjau fenomena tersebut dari perspektif ilmu sosial (labelling theory, sensate culture theory dan tindakan sosial). Kemudian tulisan ini menggali inspirasi-inspirasi hadis nabi untuk menyikapi fenomena ini dengan pendekatan teori Paradigma Kuntowijoyo di mana hadis dijadikan sebagai paradigma. Dalam menyikapi labelling olok-olok politik di media social artikel ini menemukanetika baik dalam berkomunikasi seperti memberikan label atau julukan yang baik, berkata positif, diam, dan mendukung (mencintai calon pemimpin) sewajarnya agar tidak jatuh ke dalam sikap fanatisme buta.*

**Kata Kunci:** Hadis, Labelling, Media Sosial dan Politik

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan dan laju teknologi, media sosial menjadi wadah untuk berekspresi yang tidak terbandung. Semua pihak mendapatkan hak dan kesempatan yang sama untuk berekspresi. Kemajuan teknologi dan penggunaan media sosial yang massif ini digunakan untuk berbagai kepentingan, seperti untuk tujuan komunikasi, diskusi, ajang promosi/iklan,

kampanye politik, dan lain-lain. Sebagaimana dimaklumi bersama bahwa pada tahun 2019 mendatang, Indonesia akan meyenggarakan pesta demokrasi akbar (pemilu). Perhelatan demokrasi akbar 2019 mendatang sudah diawali dengan pesta-pesta demokrasi lainnya, seperti pilkada DKI Jakarta pada 2017 dan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak di seluruh Indonesia pada 2018 yang dihelat belum lama ini. Tidak heran jika perhelatan pesta demokrasi akbar tahun 2019 disambut dengan antusias dan gegap gempita masyarakat Indonesia. Gegap gempita ini dapat kita saksikan baik di dunia nyata maupun di media sosial.

Antusiasme luar biasa tersebut patut diacungi jempol. Di sisi lain, antusiasme yang berlebihan kemudian menjelma menjadi ajang untuk membuka gerbang keburukan-keburukan yang tak terduga, sementara kebaikan menjadi semakin menjauh. (Baharun, 2011: 253) Aib-aib dan kejelekan-kejelekan terbongkar, fitnah dan saling mengejek menjadi pandangan umum baik di dunia nyata terlebih di media sosial. Sebagai contoh artikel "*Kecebong dan Kampret; Label-label Buruk dalam Pemilu*" dalam [www.gotimes.co.id](http://www.gotimes.co.id) menyebutkan fenomena *labelling* olok-olok politik atau julukan negatif. Perilaku yang disertai dengan hujat dan celaan ini dilakukan di media sosial baik di antara para elit politik ataupun oleh simpatisan dari para calon pemimpin. Simpatisan calon pemimpin A melabeli pendukung calon pemimpin B dengan sebutan *nyinyiers-kampret*, sementara simpatisan B juga tidak mau kalah dalam memberi label kepada simpatisan A dengan label *cebongers*. (Santoso, 2018) Ironisnya, label-label negatif yang dilontarkan juga beragam, masih banyak lagi label-label negatif lainnya, seperti bani datar, nyinyirs, mulut comberan, ahli hoax, dan lain-lain. (Berry, 2018) Akibatnya perpecahan tidak bisa dielakkan, mereka yang dahulu adalah kawan, sekarang justru berubah menjadi lawan, mereka yang mulanya adalah karib yang akrab, sekarang menjadi saling menjaga jarak, juga mereka yang tadinya bergaul dengan baik-baik saja, kini merasa ada masalah. Hal ini terjadi lantaran berlomba-lomba mempromosikan bakal calon sebagai nomor *wahid* dengan disertai bumbu "baper" dan fanatisme buta. Perlu dicatat tulisan ini tidak bermaksud

untuk mendukung salah satu calon, namun hanya menyoroti perilaku *labelling* negatif olok-olok politik.

Menjelang pesta demokrasi “gadang” tahun 2019, pemandangan di atas (di dunia maya dan dunia nyata) bukanlah hal yang baru. Majalah Tempo pernah memuat pula bagaimana olok-olok sebenarnya telah terjadi sejak era Soeharto. (Tempo, t.t) Rohman menyatakan bahwa pemandangan serupa juga terjadi pada pilpres 2014, atau bahkan jauh sebelum itu. (Rohman: 2018) (Abdar, J2018) Jika budaya saling melabeli dan mengolok-olok terus digaungkan, maka bukan tidak mungkin perilaku ini akan berakibat buruk bagi pribadi secara khusus dan bagi bangsa Indonesia secara general. Salah satu dampak nyata yang ditimbulkan dari fenomena *labelling* ini adalah mencabik-cabik persatuan dan merusak moral bangsa. Anak-anak ramai meniru untuk mengucapkan label-label negatif tersebut sebagaimana dimuat dalam berita dengan headline “Anak-anak Banyak Pakai Kata Nyinyir “Kecebong vs Kampret”, Ridwan Kamil: “Kita Punya Adab” (Krisdiyantoro, 18 Agustus 2018). Secara prinsipil, perpecahan tentu kontradiktif dengan nilai sila ke 3 dari ideologi Pancasila, yakni “Persatuan Republik Indonesia”. Begitupun dengan kecenderungan anak-anak meniru perilaku melabeli bisa dikatakan sebagai sebuah kebobrokan moral yang bertentangan dengan tujuan luhur pendidikan. Fenomena ini mengindikasikan adanya ketimpangan antara yang semestinya (idealitas) dan yang terjadi (realitas). (Hafiar & Rusmulyadi, 2018)

Memberikan label negatif kepada orang lain termasuk ke dalam perilaku merendahkan atau mengolok-olok orang lain. Perihal ini sudah diingatkan oleh Alquran dalam QS. al-Hujurat ayat 11 berikut,

*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain, (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok), dan jangan pula perempuan-perempuan mengolok-olokkan perempuan lain, (karena) boleh jadi yang diperolok-olokkan lebih baik (dari perempuan yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela dirimu dan janganlah saling memanggil*

*dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barang siapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim. (QS. Al-Ĥ ujurāt: 11)*

Perilaku melabeli juga tidak luput dari sorotan hadis Nabi. Dalam riwayat-riwayat dikatakan bahwa Nabi memberikan teladan kepada umatnya untuk menjauhi perilaku tersebut. Hadis 3673 kitab dalam kitab Ṣ aḥiḥ Bukhārī menyebutkan bahwa Nabi Muhammad saw. pernah bersabda: *“Barang siapa yang menghujat sahabatku, maka cambuklah ia”* (Bukhārī, 1987: Juz 5, p 10). Bahkan Imam Al-Baiḥāqī juga meriwayatkan dari Annas bin Malik ra. bahwa Rasulullah sangat murka terhadap orang yang mencela sahabatnya dan melarang untuk duduk bersama mereka yang suka mencela dan menghujat itu. (Baharun, 2011: 253) Larangan menghujat ini berlaku umum, bukan saja menghujat sahabat tetapi menghujat siapa saja. Hal ini selaras dengan QS. Al-An’am 108 dan QS. Al-Hujurat 11. Atas dasar itu, tidak berlebihan jika hadis dan Alquran telah menyinggung hal ini, atau bahkan memberikan pandangan-pandangan dan inspirasi untuk menyikapinya. Lalu bagaimanakah inspirasi hadis Nabi dalam menyikapi fenomena *labelling* olok-olok tersebut?

Pertanyaan di atas adalah fokus penelitian yang hendak dijawab dalam dari artikel ini. Berangkat dari realitas (*social reading*) di atas, tidak berlebihan jika mengatakan bahwa fenomena *labelling* olok-olok politik di media sosial atau dunia nyata merupakan problem yang krusial, karena ia mungkin saja memicu pertikaian, perpecahan dan contoh yang tidak tepat bagi para generasi muda., oleh karena fenomena ini merupakan realitas yang sedang dihadapi oleh masyarakat Indonesia, maka tidak berlebih jika ia harus diselesaikan. Untuk menyikapi fenomena tersebut, inspirasi dari teks-teks keagamaan (dalam hal ini hadis) dipilih agar menjadi pedoman dalam sikap dan aksi yang harus diambil. Kuntowijoyo menyebutnya sebagai rekonstruksi sosial atau aksi transformatif bagi problem sosial keagamaan. (Rohman, 2007: 209-210).

Penelitian tentang *labelling* sejauh pengamatan penulis bukanlah hal yang baru. Sudah ada penelitian-penelitian terdahulu yang membahas tentang topik yang serupa, hanya saja belum ada yang membahas fenomena *labelling* olok-olok politik yang disikapi dari perspektif hadis nabi. Beberapa tulisan telah mengulas tema ini secara baik, di antaranya adalah *Media Massa dan Labelling Terorisme; Studi Analisis terhadap Skenario Agenda Setting Global dan Nasional* oleh Ema Khotimah (Khatimah, 2002). Tulisan lain yang menyerupai tema ini adalah tulisan Achmad Santoso *Kecebong dan Kampret Label-label Negative dalam Pemilu* (Santoso, 2018) ada pula artikel perspektif politik oleh Abdulloh Hamid, Darwis Darwis, Santi Andriyani *Fenomena Politik Cebong dan Kampret di Indonesia: Sebuah Analisis dari Perspektif Pemikiran Politik dalam Islam* (Hamid, Darwis, & Andriyani, 2018) juga dan Taufiq Rohman, *Olok-olok Politik; dari Cebongers, Kampret hingga Jendral Kardus*. Tulisan Taufiq Rohman sebenarnya sudah mendiskusikan QS. Al-Hujurat ayat 11, namun belum mengeksplorasi lebih lanjut dari sumber-sumber lain (hadis) sehingga belum memformulasikan lebih detail tindakan-tindakan yang bisa menyikapi fenomena *laebelling* olok-olok politik. (Rohman T. , 2018 )

## B. PARADIGMA ALQURAN SEBAGAI METODOLOGI

Tulisan ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dan bersifat kualitatif, pengumpulan data diperoleh dengan dokumentasi dan menggunakan analisis tekstual (Zed, 2004: 3-10). Data dan informasi dalam artikel ini digali dari berbagai macam sumber, seperti buku, kitab tafsir, kitab hadis, jurnal, majalah, berita dan literatur lain yang berhubungan dengan tema ini. Kemudian data-data disajikan dalam bentuk deskriptif yang disertai analisa dan interpretasi terhadap data, atau disebut dengan metode deskriptif-analitik. (Surakhmad, 1990: 139)

Adapun langkah metodologis dalam penelitian ini diilhami dari gagasan Kuntowijoyo yang dikenal dengan Paradigma Alquran. Namun perbedaanya penulis meletakkan hadis sebagai paradigma. Walaupun

demikian penulis juga menyertakan teks-teks Alquran, karena keduanya saling berkelindan dan tidak bisa dipisahkan. Langkah metodologis dalam penelitian ini adalah; (1) menganalisis fakta sosial sebagai fokus problem, dalam hal ini adalah fenomena *labelling* olok-olok politik di media sosial, (2) menemukan teks-teks keagamaan (hadis) yang relevan dengan problem sosial yang diangkat, (3) melihat konteks teks keagamaan (hadis) pada saat diturunkan, (4) melakukan kontekstualisasi makna hadis untuk ditemukan ide dasar sebagai pandangan-pandangan yang bisa diaplikasikan dalam kehidupan sosial. (Rohman, 2007: 209-210) Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam proses rekonsiliasi sosial perilaku *labelling* olok-olok politik di media sosial maupun di kehidupan nyata.

### C. FENOMENA LABELLING DALAM TEORI SOSIAL

Aksi penjulukan (*labelling*) olok-olok politik dewasa ini begitu marak terjadi di media sosial maupun di dunia nyata. Sebagai ruang tanpa batas, media sosial menjadi wadah yang tidak terbendungkan untuk mengekspresikan diri. Selain memberikan dampak positif seperti sumber informasi dan sarana berkomunikasi, media sosial juga memberikan dampak negatif, yaitu salah satunya komunikasi yang tidak beretika seperti memberikan *labelling* olok-olok politik di mana Kelompok A melabeli kelompok B dengan “*Cebongers*”, sementara kelompok B melabeli kelompok A dengan “*Kampret*”. Tidak hanya label dan julukan itu, masih ada label-label dan julukan negatif lainnya seperti tertulis pada *headline* “Dari bani daster sampai IQ 200 sekolam, 'kamus nyinyir' berbagai istilah di medsos yang diperbarui”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “*kampret*” bermakna anak kelelawar, atau kelelawar kecil yang suka memakan serangga, hidungnya berlipat-lipat. Sementara “*cebongers*” adalah anak kodok yang masih kecil dan hidup di air atau dikenal juga dengan berudu (Setiawan, 2010). Achmad Santoso dalam mengatakan bahwa label “*cebong*” terinspirasi dari kebiasaan calon pemimpin (dari salah satu simpatisan) yang suka memelihara kodok.

Secara istilah penjulukan-penjulukan di atas dinamakan dengan *labelling* dalam teori sosial. *Labelling* adalah menetapkan penjulukan yang menggambarkan seseorang dengan perilakunya. Dalam *a Handbook for the Study of Mental Health*, label adalah sebuah defenisi ketika diberikan kepada seseorang akan menjadi identitas orang tersebut dan menjelaskan bagaimana tipe orang tersebut (Herlina, 2007: 1). Menurut George Herbert Mead, deviasi bukanlah sebuah cara berperilaku, melainkan “nama” yang diberikan kepada sesuatu atau seseorang sebagai label. (Ahmadi dan Nur’aini, 2005: 297) Artinya deviasi bukanlah sesuatu yang *inheren* dengan perilaku, melainkan *outcome* bagaimana individu dan perilakunya dilabeli. Sebagian teori *labelling* menyatakan bahwa sistem telah menjadi bias pada masyarakat kalangan bawah dan data FBI mendukung hal itu (Ahmadi dan Nur’aini, 2005: 299). Sistem sosial sangat berperan dalam memberikan pelabelan atau julukan (*labelling*). Begitupun dengan fenomena *labelling* olok-olok politik di media sosial (*cebongers-kampret* dan *nyinyiers*) juga dimotori oleh sistem sosial. Sistem sosial didefenisikan oleh Talcott Parsons sebagai keragaman individu yang saling berinteraksi pada situasi sosial yang setidaknya berada dalam lingkungan atau ruang fisik. Dalam interaksi tersebut individu-individu memiliki motivasi untuk mengoptimalkan potensi diri dan realisasi diri sebagai cara beradaptasi terhadap situasi dan individu lain. Interaksi sosial masyarakat mempercayai bahwa dalam berlangsungnya proses tersebut individu juga melibatkansimbol-simbol.

Berbeda dengan George Herbert Mead, dalam teori *labelling*-nya, Howard S Becker (1963) menyatakan bahwa deviasi (perilaku menyimpang) bukanlah fokus kajian teori *labelling*, melainkan pelebelan yang dialamatkan kepada orang yang seolah-oleh dinyatakan sebagai *devians*. Ada ungkapan masyhur dalam teori sosial berkaitan dengan *labelling*, yakni “seseorang yang diberi label sebagai seorang *devians*, dan diperlakukan sebagai seorang *devians* akan menjadi seorang *devians*”. Ungkapan ini menunjukkan bahwa label mempengaruhi perilaku, dengan demikian ketika pelabelan melekat, maka tindakan *devians* akan semakin meningkat.



(Ahmadi dan Nur'aini, 2005: 299-300) Teori *labelling* juga memuat beberapa elemen, di antaranya adalah adanya kekuatan yang saling berhubungan antara orang yang dilabeli dan pelabelan yang diberikan. Teori ini menunjukkan kadang-kadang bahwa korban tak berdaya dari interpretasi atau label yang diberikan orang lain sedemikian rupa sehingga identitas tersebut dipaksakan kepadanya sekalipun bertentangan dengan kemauannya. (Ahmadi dan Nur'aini, 2005: 3001)

Dari perspektif *labelling theory* di atas, penjulukan akan memberikan pengaruh kepada perilaku. Begitupun dengan *labelling* “nyinyierskampret dan cebong dkk” secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi perilaku individu. Individu atau kelompok yang dilabeli “nyinyirs-kampret” berkemungkinan menjadi pribadi yang suka cerewet dan segala sesuatu selalu dikomentari dengan komentar negatif atau (*karena sudah dijuluk nyinyiers-kampret mending sekalian aja gue beneran jadi nyinyiers*). Begitu pula dengan individu atau kelompok yang dilabeli dengan *cebongers*, mereka berkemungkinan berperilaku “anak berudu peliharaan” dengan sifat “dungu” yang selalu membela majikan. (Makna ini tidak sepenuhnya benar, namun fakta di lapangan menunjukkan konotasi label tersebut mengarah ke makna yang demikian itu).

Perilaku memberi julukan negatif “cebong dan *nyinyiers-kampret*” di media sosial juga bisa dibaca dengan teori *sensate culture* yang diperkenalkan oleh Pitirim Sorokin sosiolog Russia. Teori *sensate culture* didefenisikan sebagai perilaku masyarakat yang hanya mengejar sensasi, karena dampak dari kecenderungan, meniru-niru atau ikut-ikutan, dan perilaku *nyeleneh* lainnya. Dalam bukunya *The Sociology of Revolution* (1925) Sorokin menjelaskan tentang revolusi menurut perspektif psikologi sebagai kerusakan (*destruction*) yang membahayakan keseimbangan antara nalar berfikir dengan instink dan mental impulsif manusia yang cenderung tidak terorganisir. *Sensate culture* melihat perubahan sebagai dorongan biologis ketidakpuasan yang dialami oleh manusia, revolusi hanyalah kekerasan; begitu ungkap Sorokin. Pada situasi yang tidak menentu atas perubahan

sosial ini selanjutnya masyarakat seperti mendapatkan stimulasi untuk menolak tunduk pada peraturan (atau norma), bereaksi terhadap otoritas, bahkan lebih jauh reaksi atas kepemilikan (orang lain).

Secara sosiologis *sensate culture* juga terjadi pada masyarakat karena perbedaan yang terlalu tinggi dalam hal disparitas social. Perbedaan yang menonjol dari segi materi, modal social, bahkan juga perilaku dari kelas bawah dengan kelas menengah ke atas. Meskipun pada satu sisi perbedaan ini wajar sebagai hasil dari perbagian kerja (*labor division*) tetapi di sisi lain disparitas juga menimbulkan sinisme, isolasi social atas individu, disintegrasi moral, bahkan dampak yang paling buruk adalah bunuh diri. (Simpson, tt) Contoh perilaku *sensate culture* adalah kasus seorang remaja yang menusuk leher teman sekamarnya, karna gawainya disita lantaran dipinjam temannya tersebut. Lantas saat membunuh ia membayangkan dirinya seperti Rambo dalam film Hollywood yang dikenal sebagai sosok pahlawan kejam Vietnam. Dari kasus ini, sebenarnya pelaku bukanlah orang yang sehari-harinya jahat, tetapi perilaku ini disebabkan dengan *sensate culture*, yaitu mencari sensasi yang disebabkan dari kecenderungan ikut-ikutan atau meniru dari yang telah ia lihat dan ia ketahui. Pelaku meniru atau ikut-ikutan tokoh favoritnya dalam sebuah film. (Andrzej, 2017)

Berkaitan dengan perilaku di atas, fenomena *labelling* olok-olok politik “cebong dan *nyinyiers-kampret*” yang marak di media sosial bisa dikatakan sebagai perilaku mencari sensasi, (*sensate culture*) didalamnya juga ada keterlibatan unsur meniru dan ikut-ikutan. Faktanya label-label “*nyinyiers-kampret* dan *cebongers*” juga mashur dikalangan anak-anak dan remaja. Label ini juga dipopulerkan oleh tokoh-tokoh politik. Anak-anak yang masih kecilpun juga turut melontarkan *labelling* olok-olok politik ini sehingga membuat Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil simpatik dengan problem ini sebagaimana bisa dijumpai dalam ia meminta masyarakat untuk berhenti menggunakan *labelling* “kampret dan cebong dkk” Karena menurut Ridwan Kamil perilaku *labelling* tersebut, karena bukanlah adab

yang bagus. Disini kita bisa mengatakan bahwa kasus membunuh teman sekamar dan memberi *labelling* olok-olok politik mempunyai kesamaan yaitu sebagai dampak dari kecenderungan ikut-ikutan atau meniru tindakan tokoh favorit. Tindakan meniru atau ikut-ikutan tersebut menurut Max Weber termasuk ke dalam tindakan tradisional di mana perilaku tersebut lazim dan biasa dilakukan dalam masyarakat karena kecenderungan ikut-ikutan tanpa melibatkan rasional. (Ritzer, 2012: 216).

Dari paparan di atas dapat dipahami bahwa fenomena *labelling* olok-olok politik merupakan fakta sosial dan problem sosial. Dari perspektif atau sudut pandang *labelling theory*, *labelling* olok-olok politik dapat mempengaruhi perilaku mereka yang dilabeli. Sementara itu dari perspektif *sensate culture theory* (Piritim Sorokin) dan Tindakan sosial (Max Weber), fenomena *labelling* olok-olok politik merupakan tindakan sosial akibat dari kecenderungan mengedepankan aspek impulsive mental berupa ikut-ikutan dan meniru yang lazim dan terjadi di masyarakat.

#### **D. MENYELIDIKI PENYEBAB PERILAKU LABELLING OLOK-OLOK POLITIK**

Perilaku *labelling* olok-olok politik dimedia sosial merupakan fakta sosial yang tidak terbantahkan. Bahkan merambat ke dunia nyata. Perilaku tersebut merupakan masalah serius yang harus disikapi bersama. Untuk menentukan sikap, maka perlu diidentifikasi sejauh mana perilaku tersebut memberikan dampak terhadap masyarakat. Dalam kaitannya dengan fenomena atau fakta sosial dalam artikel ini, setidaknya penulis menemukan dua penyebab terbesar yang memicu viralnya perilaku melabeli "*nyinyiers-kampret* dan *cebongers*" dan label-label lain, yakni politik perilaku ikut-ikutan dan fanatisme buta.

Jika ditelusuri di media sosial tentang penggunaan julukan atau label "*cebong-kampret-nyinyiers*", maka akan ditemukan bahwa label ini biasanya muncul dalam diskusi atau konteks yang berkaitan dengan

politik tidak hanya menjelang pemilu 2019 ini, melainkan pada pemilihan Cagub DKI 2017 lalu label dan julukan ini telah viral. (Krisdiyantoro, 18 Agustus 2018) Politik dan otoritas (dominasi) merupakan kendaraan yang sangat ampuh untuk menanamkan perilaku ini, Max Weber menyebutkan otoritas atau dominasi sebagai alat yang dapat membuat sekelompok orang tertentu mengikuti perintah. (Ritzer, 2012: 219). Tidak dipungkiri dalam kasus pelabelan olok-olok politik juga melibatkan tokoh-tokoh berpengaruh, sehingga label-label ini dengan mudah diikuti dan ditiru oleh kelompok yang berpandangan sama. Label-label tersebut muncul dari kompetisi politik yang dimotori fanatisme buta, sehingga label ini semakin banyak dikenal (viral), dan disebabkan oleh perilaku membenci yang membabi buta atau fanatisme (dalam istilah penulis) sehingga mematikan nalar kritis. (Santoso, 2018)

Perilaku politik devians dan fanatisme buta telah melahirkan label-label negatif ini. Aksi pelabelan olok-olok politik ini menimbulkan dampak yang signifikan dalam kehidupan sosial, seperti anak-anak ikut-ikutan meniru untuk mengucapkan label yang sama. Artinya, *labelling* olok-olok politik telah mewabah ke generasi muda Yang dapat berpengaruh terhadap adab dan moral generasi muda menjadi terancam. Tak hanya itu, perilaku tersebut juga melemahkan sikap kritis pada generasi muda, karena sudah terbiasa untuk ikut-ikutan dan meniru tanpa menfilter apakah perilaku yang diikuti itu baik atau buruk. Di samping itu, sikap fanatisme buta juga mengiring sebagian (untuk mengatakan tidak semuanya) jatuh ke lembah perpecahan dan permusuhan. Mereka yang sebelumnya berteman dengan baik, kini menjadi lawan karena “politik baper”. Oleh karena itu, fenomena dan perilaku ini menuntut untuk disikapi secara bijak dan santun.

#### **E. INSPIRASI HADIS DALAM MENYIKAPI PERILAKU LABELLING OLOK-OLOK POLITIK**

Fenomena *Labelling* “nyinyiers-kampret dan cebong” di media sosial merupakan *labelling* olok-olok yang berkaitan dengan isu politik yang pada gilirannya memberikan dampak-dampak tidak baik. Oleh karena itu, dalam bagian ini penulis menelusuri hadis-hadis nabi yang relevan dengan tema untuk dijadikan *solving problem* atau dalam istilah Kuntowijoyo aksi transformasi sosial. Sebenarnya banyak hadis-hadis nabi yang berkaitan dengan perilaku *labelling* atau penjulukan ini. Namun penulis memilih hadis-hadis tersebut sesuai dengan problem dan penyebab fenomena tersebut terjadi sehingga aksi yang ditawarkan relevan dengan problem yang ada. Untuk menyikapi perilaku *labelling* atau penjulukan di media sosial, hadis-hadis nabi semuanya menuntut akan kesadaran (*awareness*) dari masing-masing individu. Karena jika kita berkaca pada *labelling theory* dan *sensate culture theory*, maka kecenderungan perilaku penjulukan bermula dan muncul dari diri sendiri dan lingkungan yang sangat menekankan kesadaran dari diri pribadi. Berikut beberapa tawaran aksi transformatif dalam menyikapi fenomena *labelling* “kampret-nyinyiers dan cebongers” di media sosial perspektif hadis nabi.

Dalam teori *labelling* (*labelling theory*), Becker menyatakan bahwa label yang diberikan akan memberikan efek yang besar kepada yang dilabeli dalam bertindak dan bersikap (Khotimah, 2002, p. 209). Label negatif akan memberikan pengaruh negatif pula. Sebaliknya label positif juga akan memberikan pengaruh positif pula. *Labelling* memberikan efek negatif melalui tiga cara, (1) *self-labelling* (konsep diri), Sigmund Freud menyatakan bahwa konsep diri berkembang melalui pengalaman, terutama perlakuan orang lain terhadap diri sendiri secara berulang-ulang. Seperti pelabelan nakal, maka pelabelan itu akan mengukuhkan konsep nakal dalam diri yang dilabeli, (2) melalui persepsi orang tua atau orang lain, dan (3) melalui perilaku orang tua atau orang lain/meniru. (Herlina, 2007, pp. 1-2)

Dari paparan di atas, dapat dipahami bahwa pelabelan sangat mempengaruhi pribadi dan perilaku. Oleh karena nya memberikan label negatif dirasa bukanlah perilaku yang tepat, termasuk dalam kasus label olok-olok politik. Dalam riwayat hadis, kita akan menjumpai larangan untuk memberikan pelabelan negatif, tetapi dibebaskan untuk memberi label-label yang baik dan bagus, seperti dalam hadis berikut.

حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عَوْنٍ قَالَ أَخْبَرَنَا ح وَحَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ قَالَ حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ عَنْ  
 دَاوُدَ بْنِ عَمْرٍو عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي زَكْرِيَاءَ عَنْ أَبِي الدَّرْدَاءِ قَالَ قَالَ رَسُولُ  
 اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- « إِنَّا نَكُونُ تُدْعَوْنَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ بِأَسْمَائِكُمْ وَأَسْمَاءِ  
 آبَائِكُمْ فَأَحْسِنُوا أَسْمَاءَكُمْ

*Dari Abu Dardaa', ia berkata : Telah bersabda Rasulullah shallallaahu 'alaihi wa sallam: "Sesungguhnya kalian akan dipanggil pada hari kiamat dengan nama kalian dan nama bapak-bapak kalian. Maka baguskanlah nama-nama kalian" (Dāud, t.t, pp. 442, juz 4)*

Jika mengacu kaidah Ushul Fiqh "*al-Amru bi al-Sya'i al-Nahyu 'an Didhihi*" atau perintah melakukan sesuatu, maka larangan melakukan lawannya (Muhammad, 1996 M/ 1417 H., p. 393), maka hadis di atas dapat dipahami sebagai anjuran agar memberikan nama yang baik dan larangan untuk memberikan nama atau label negatif. Ibnu Hajar menjelaskan bahwa hadis ini memerintahkan (tidak mewajibkan) agar mengubah nama yang buruk kepada nama yang baik. (Hajar, 200, pp.346, juz 9) Pemberian nama yang baik bukan tanpa tujuan, selain nama tersebut adalah nama yang akan dipanggil pada hari kiamat, nama baik juga mempengaruhi psikologi seseorang dalam bertindak dan bersikap sebagaimana dijelaskan dalam teori *labelling*. Hadis ini sejalan dengan QS.al-Hujurat ayat 11 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا  
خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا  
تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَبِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ  
بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ۝

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim*

Imam Tabari mengomentari ayat ini, bahwa para ulama takwil berbeda pendapat mengenai laqab yang dilarang oleh Allah dalam ayat di atas. Sebagaimana mereka berpendapat bahwa laqab yang dilarang adalah laqab yang jika dinisbatkan kepada yang dilabeli maka ia membenci dan tidak menyukainya. Mereka mengokohkan argumennya dengan menyertakan sebab turun ayat ini, di mana ayat ini diturunkan berkenaan dengan kaum yang memiliki nama julukan pada zaman jahiliyah. Tatkala mereka memeluk Islam, sebagian lain memanggil nama mereka dengan julukan jahiliyahnya, lalu mereka membenci label atau julukan jahiliyah tersebut, maka turunlah ayat ini. (Berry, 2018) Dalam kitab 'Umdah al-Qari Syarh Shahih al-Bukhārī, Imam Badaruddin mengutip pendapat Imam Thabari bahwa tidak pantas memberikan nama atau label yang jelek kepada seseorang, tetapi sebaliknya. (al-Biqā'i, 1995, pp. 405, juz 32)

Dalam kasus *labelling* olok-olok politik "kampret dan nyinyiers-cebongers" jelas bertentangan dengan perintah hadis dan ayat Alquran di

atas. *Cebongers* dan *nyinyiers-kampret* memiliki konotasi negatif yang membuat siapa saja yang dilabeli tidak menyukainya. Dari hadis dan ayat Alquran yang dikemukakan di atas, kita dapat merumuskan aksi transformatif dalam menyikapi fenomena *labelling* negatif adalah dengan memberikan nama atau label yang bagus dan baik atau menghindari penjulukan negatif. Pemberian nama yang bagus dan baik juga tidak hanya sebatas transformasi dalam bentuk perilaku, tetapi juga memberikan transformasi secara psikologis orang yang diberi label. Hal ini menyerupai dengan apa yang ditawarkan oleh Kuntowijoyo “Alquran sebagai Paradigma” (Subhan, 1994, pp. 92-101) bahwa teks keagamaan harus dijadikan sebagai inspirasi yang dapat memberikan kontribusi dalam mentransformasi sosial.

Jika diperhatikan dengan seksama, penjulukan “*nyinyiers-kampret* dan *cebong*” di media sosial merupakan ajang untuk mencari sensasi dan saling olok. Bahkan julukan atau label tersebut juga dituliskan dalam bentuk gambar atau *meme* dan disebarluaskan baik di akun pribadi maupun di dalam grup-grup yang sengaja dibuat untuk mendukung pasangan calon mereka, namun grup itu berisi gambar-gambar olok. Tak pelak hal ini mengundang debat kusir dan aksi saling hujat serta dibumbui dengan caci maki. Hal ini tentu berefek kepada ketidakharmonisan dan perbuatan yang tidak diinginkan lainnya.

Untuk menyikapi hal tersebut, perlu ditumbuhkembangkan *awareness* (kesadaran) masing-masing pengguna media sosial atau masing-masing kelompok simpatisan bahwa pemberian label tersebut bukanlah hal yang terpuji. Bahkan dalam suatu hadis dinyatakan mencela -termasuk melabeli dengan panggilan negatif- adalah perbuatan fasik. Sebagaimana dijelaskan oleh hadis berikut ini:



أَخْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ غَيْلَانَ قَالَ حَدَّثَنَا وَكِيعٌ قَالَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ زَيْدٍ عَنْ أَبِي وَائِلٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سَبَابُ الْمُسْلِمِ فُسُوقٌ وَقِتَالُهُ كُفْرٌ قُلْتُ لِأَبِي وَائِلٍ سَمِعْتَهُ مِنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ نَعَمْ

*Mahmud bin Ghailan mengabarkan kepada kami, dia berkata: Waki' menceritakan kepada kami, dia berkata: ... Rasulullah saw. bersabda: mencaci seorang muslim adalah kefasikan dan membunuhnya adalah kekufuran... (al-Bukhārī, 1987 M/1407 H., pp. 18-9, juz 1) (Muslim, t.t, p. 57)*

Hadis di atas diriwayatkan oleh Imam Bukhārī dan Imam Muslim dalam shahihnya. Hadis tersebut dinyatakan shahih oleh Albani dan dinyatakan hasan shahih oleh Imam Tirmizi (Tirmīzī, t.t, pp. 353, juz 5) Dalam hadis tersebut jelas dan terang dinyatakan oleh nabi bahwa sikap mencela atau menghujat seorang muslim merupakan sikap tercela dan bahkan dikategorikan kepada perbuatan fasik. Mencela atau memberi label negatif juga termasuk kepada perbuatan menghina sesama. Hadis di atas sejalan dengan firman Allah dalam QS. al-Hujurat ayat 11. Dengan demikian, hal prinsipil yang harus dilakukan untuk menghindari sikap *labelling* olok-olok politik adalah menumbuhkan kesadaran bahwa *labelling* dan sejenisnya adalah sikap tercela dan dicap oleh Nabi sebagai tindakan/ perilaku kefasikan. Dengan kesadaran tersebut, diharapkan bisa menghindari pelabelan negatif dan menghindari dampak-dampak buruk dari perilaku tersebut.

- Berkata baik atau diam

Fakta yang tak terbantahkan adalah bahwa perkembangan teknologi atau media sosial berimbas kepada perilaku narsistik pengguna media sosial. (Pranoto, 2018, p. 35) Perilaku narsistik membuat pribadi pengguna media sosial bebas mengekspresikan

dirinya, mulai memngunggah foto pribadi, video, sampai curhat masalah pribadi. Tidak hanya itu, perilaku narsistik juga tercermin dari sikap yang ingin mencari sensasi dengan mengunggah hal-hal yang berbau ejekan dan cemoohan atau ikut-ikutan memberi label negatif kepada kelompok lainnya. Penjulukan “kampret dan cebong” telah mewabah kepada anak-anak, dikarenakan kecenderungan untuk ikut-ikutan, sebab anak-anak mencontoh generasi tua. Sebagaimana dijelaskan bahwa *labelling* negatif memberikan dampak negatif kepada anak (generasi muda) salah satunya dengan perilaku orang tua atau orang lain terhadap anaknya. (Herlina, 2007) Artinya perilaku orang tua atau orang dewasa sering kali menjadi acuan bagi anak-anak generasi muda sehingga mereka meniru dan melakukan hal yang sama. Dalam hal label negatif olok-olok politik, kecenderungan anak-anak (generasi muda) ikut-ikutan dan meniru ini sudah menjadi pematangan biasa di media sosial dan dunia nyata.

Untuk menyikapi perilaku narsistik dan kecenderungan ikut-ikutan di atas perlu diatasi dengan aksi yang lebih bijak yaitu menghindari berkata atau mengucapkan label-label olok-olok politik tersebut, atau dengan kata lain adalah diam. Hal ini seperti yang tertuang pada hadits nabi yang diriwayatkan oleh al-Bukhārī berikut ini.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ عَنْ أَبِي حَصِينٍ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ  
 أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ  
 الْآخِرِ فَلَا يُؤْذِ جَارَهُ وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ وَمَنْ كَانَ  
 يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُفْلِحْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

*Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa'id telah menceritakan kepada kami Abu Al Ahwash dari Abu Hashin dari Abu Shalih dari Abu Hurairah dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa berimana*

*kepada Allah dan hari Akhir, janganlah ia mengganggu tetangganya, barangsiapa beriman kepada Allah dan hari Akhir hendaknya ia memuliakan tamunya dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari Akhir hendaknya ia berkata baik atau diam.*  
(HR. al-Bukhārī)

Perlu diketahui bahwa hadis di atas dapat dijumpai dalam hampir semua kitab-kitab hadis mu'tabar. Hadis tersebut dapat dilihat dalam kitab Shahih al-Bukhārī no. 5560, 5670, 5671, 5673 (al-Bukhārī, 1987 M/1407 H., pp. 13, juz 8) Shahih Muslim no. 67, 68, 69 dan 3255. (Muslim, t.t, pp. 19, juz 1) Abu Daud no. 4487. Hadits Sunan at-Tirmizi no. 1890 dan 2424. (Muslim, t.t, pp. 659, juz 13) Musnad Ahmad bin Hanbal no. 6332, 9223, 9588, 9591, 115775, 19403 ada dua jalur, 22398, 23268, 25906 dan 25908 (Hanbal, t.t, pp. 267-274, juz 2); Muwatha no. 1454. (Mālik, t.t, p. 292. juz 2); Sunan ad-Darimi no. 1948 dan 1949. Hadits Sunan Ibn Majah no. 3961.

Hadis di atas memang fenomenal. Hadis tersebut muncul pada konteks di mana Nabi Muhammad diutus oleh Allah swt sebagai pembawa rahmat, syariat Islam dan juga sekaligus penyempurna akhlaq manusia. Hadits ini mempunyai korelasi erat dengan penyempurnaan akhlaq. Lewat sabda tersebut Nabi menyiratkan ajaran untuk berakhlaq baik dengan menjaga lisan. Menjaga lisan dari berkata kotor, keji yang dapat menyakiti hati orang lain. Ketika lisan condong kepada keburukan sehingga menyakiti orang lain dan berkata kotor, maka lebih baik diam tidak berbicara (Ibn Hajar, 1397 H, pp. 446, juz 10)

Imam Nawawi dalam kitab Syarah Nawawi 'ala Muslim menjelaskan bahwa jika Lisan tidak mampu berkata baik dan cenderung kepada hal-hal makruh, haram, maka dianjurkan untuk diam. (An-Nawawi, 1392, pp. 128, juz 1) Dengan demikian, hadis di atas menyelipkan pesan yang berharga tentang kaitannya dengan etika berkata, yakni berkata baik atau diam yang erat hubungannya

dengan lisan. Lisah yang cenderung kepada keburukan maka solusinya adalah diam. Bahkan Imam Syafi'i menyatakan bahwa hadis ini menyiratkan akan berfikir terlebih dahulu sebelum berucap (An-Nawawi, 1392, pp. 128, juz 1) Sehingga timbullah sebuah pepatah yang populer di masyarakat yaitu "*Mulutmu Harimaumu*". Dalam kaitannya dengan perilaku narsistik dan ikut-ikutan dalam memberi label "*cebongers nyinyiers* dan *kampret*" hadis ini dianggap cukup relevan dalam memberikan solusi transformatif, yaitu dengan menjaga etika dalam bermedia sosial dengan berkata (mengunggah) hal yang baik-baik atau menghindari yang buruk dengan diam (tidak mengunggah apa-apa yang buruk dalam hal ini label-label olok-olok politik).

Sikap dan aksi transformatif di atas dapat diketahui dari ide dasar yang dibawa oleh hadis tersebut bahwa diam adalah solusi terbaik ketika tidak bisa berbicara sopan dan santun. Atau lebih dalam dari pada itu untuk menghindari hal-hal negatif yang mungkin akan terjadi. Begitupun dengan *labelling* negatif olok-olok politik, berkata diam dalam kaitannya dengan *labelling* olok-olok politik di media sosial bisa dimaknai dengan tidak mengunggah atau menuliskan hal-hal negatif yang dapat memicu perpecahan ataupun pertikaian.

- Tidak fanatisme berlebihan

Fenomena *labelling* olok-olok politik di media sosial menurut Achmad Santoso merupakan buah dari kebencian yang membabi buta (Santoso, 2018) atau fanatisme yang berlebihan dalam mendukung salah satu pasangan calon. Fanatisme buta dan berlebihan merupakan sikap yang tidak dibenarkan, karena akan menutupi sikap kritis dan mengundang *truth claim* yang berlebihan sehingga memandang kelompoknya yang benar dan kelompok yang lain salah (Azhari & Fadillah, 2016, p. 45) Fanatisme berlebihan salah satu faktor yang menunggang viralnya *labelling* olok-olok politik di media sosial. Akibatnya, perpecahan, gesekan di masyarakat sangat terasa.

Fanatisme buta adalah ekspresi dari mencintai (mendukung) secara berlebihan dan membenci membabi buta. Oleh karena itu, sikap berlebihan haruslah dihindari, sebab Alquran telah mencela Ahli Kitab karena perilaku berlebih-lebihan (lihat misalnya QS. Al-Nisa: 171). Dalam kasus ini, hadis nabi yang mengajarkan sikap begitu bijak untuk mengatur agar mencintai atau membenci kelompok lain sewajarnya saja. Hadis tersebut datang dari Imam Tirmizi dalam kitabnya Sunan Tirmizi pada bab “sederhana dalam mencintai dan membenci (*al-Iqtisād fī al-Hub w-l-Bagḍ*)” sebagaimana berikut ini:

حدثنا أبو كريب حدثنا سويد بن عمرو الكلبي عن حماد بن سملة عن أيوب عن  
محمد بن سيرين عن أبي هريرة أراه رفعه قال : أحبب حببيك هونا ما عسى أن  
يكون بغضك يوما ما وأبغض بغضك هونا ما عسى أن يكون حببيك يوما ما  
*“Cintailah kekasihmu sewajarnya, karena bisa jadi suatu saat dia  
akan menjadi seorang yang engkau benci. Dan bencilah orang yang  
engkau benci sewajarnya saa karena bisa jadi suatu saat dia akan  
menjadi kekasihmu”* (HR. Tirmizi)

Hadis di atas dinyatakan oleh Imam Tirmizi sebagai hadis gharib dan dinyatakan shahih oleh Imam Albani. (Tirmīzī, t.t, pp. 360, juz 4) Hadis ini seringkali digunakan oleh para ulama untuk menjabarkan dan menafsirkan QS. Al-Mumtahanah: 7-8. Syaikh Burhanuddin Abi Al-Hasan Ibrahim bin Umar al-Baqā’i menjelaskan hadis ini berkaitan dengan kebencian kusumat dari pihak kaum muslimin terhadap orang-orang kafir ahli Makkah yang mempunyai *power* dan kuasa sehingga menyiksa umat Islam dan mengusir mereka. Ketika umat Islam memasuki Makkah pada fath Makkah, maka nabi melarang kaum muslim untuk membalas dendam, membenci, sehingga umat Islam tidak menutup diri untuk bermu’amalah dengan kelompok yang berbeda (non-muslim). (al-Biqā’i, 1995, pp. 559, juz 7)

Pada hadis di atas terkandung wasiat yang sangat bijaksana berupa moderasi dalam cinta dan benci terhadap kelompok yang berbeda baik dalam keyakinan atau hal-hal lain, termasuk berbeda dalam hal pandangan politik. Artinya pesan eksplisit hadis ini adalah agar tidak bersikap ekstrem atau fanatik terhadap sesuatu atau kelompoknya. Dalam fenomena *labelling* “*nyinyiers-kampret* dan *cebongers*” di media sosial, suatu pandangan yang tidak terbantahkan adalah penjulukan tersebut muncul lantaran fanatisme buta yang mencintai (mendukung) dan membenci secara berlebihan, sehingga kelompok yang berbeda dari pandangan mereka layak dibenci dengan penjulukan yang nyeleneh dan lain-lain.

Menyikapi fenomena tersebut, hadis ini dipandang relevan sebagai aksi transformatif agar penjulukan nyeleneh olok-olok politik tersebut dapat diminimalisir, yaitu dengan moderasi dalam mendukung kedua pemimpin. Artinya mencintai (mendukung) sewajarnya dan selogisnya, atau tidak suka yang sewajarnya dengan tidak membabi buta sehingga tidak menutup nalar kritis. Dengan kata lain, bagi kelompok A silahkan mendukung calon A, begitupun kelompok B silahkan mendukung calon B, dengan tanpa membenci kelompok lain terlebih memberi pelabelan yang nyeleneh. Agar terwujudnya komunikasi yang beretika dan terhindar dari saling mencela dan perpecahan serta permusuhan.

Demikian beberapa pandangan-pandangan hadis nabi yang bisa dijadikan acuan sebagai sikap dalam menghadapi fenomena *labelling* olok-olok politik di media sosial yang tengah mengidap masyarakat Indonesia. Tulisan ini tidak membatasi pandangan-pandangan dalam paparan ini saja, tetapi pandangan-pandangan lain yang lebih konstruktif dalam menyikapi fenomena ini sangat mungkin dilakukan dalam rangka membendung perilaku tidak bijak ini (*labelling* olok-olok politik)

yang secara tidak sadar atau sadar telah memberikan dampak atau efek yang buruk.

## F. SIMPULAN

Fenomena *labelling* olok-olok negatif politik di media sosial merupakan bentuk komunikasi yang tidak baik dan pada gilirannya telah memberikan dampak-dampak negatif seperti perpecahan, saling mencaci dan generasi muda (anak-anak) ikut-ikutan meniru penjulukan tersebut atau dengan kata lain mencemari dan mengancam moral generasi muda. Secara umum perilaku *labelling* olok-olok politik tersebut disebabkan oleh politik, fanatisme buta masing-masing simaptisan dan *sensate culture* (kebiasaan mencari sensasi) serta perilaku narsistik dengan kecenderungan meniru dan ikut-ikutan. Fenomena ini telah membuat kegaduhan tersendiri di dunia maya dan kehidupan nyata. Untuk itu, perlu aksi transformatif yang bisa memberikan konstruksi sosial yang lebih baik terutama dalam etik komunikasi di media sosial dalam kaitannya dengan *labelling* negtaif. Dalam hal ini hadis nabi Muhammad cukup memberikan pandangan dan aksi yang relevan dalam menyikapi fenomena penjulukan ini, di antara nya adalah moderasi membenci dan mencintai (mendukung) agar tidak terjerumus kepada fanatisme buta; menghindari penjulukan negatif (diam) dengan tidak ikut-ikutan mengunggah *labelling* negatif. Demikian beberapa aksi yang dapat dilakukan dalam menyikapi fenomena *labelling* olok-olok politik yang tejradi di media sosial. Aksi-aksi positif lain di luar tulisan ini bisa juga dijadikan acuan dalam menyikapi fenomena ini.

## G. DAFTAR PUSTAKA

Abdar, Y. (J2018, Agustus). KOALISI PARTAI POLITIK DALAM UU NO 10 TAHUN 2016. *Jurnal Hukum Magnum Opus*, 1(1), 53-60. Retrieved from

[https://www.academia.edu/37588972/KOALISI\\_PARTAI\\_POLI\\_TIK\\_DALAM\\_UU\\_NO\\_10\\_TAHUN\\_2016?auto=download](https://www.academia.edu/37588972/KOALISI_PARTAI_POLI_TIK_DALAM_UU_NO_10_TAHUN_2016?auto=download)

al-Biqā'i, B. A. (1995). *Naẓm al-Durar fī Tanāsub al- Āyāt wa al-Suwar*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah.

al-Bukhārī, I. (1987 M/1407 H.). *al-Jāmi' al-Ṣahīh*. Kairo: Dār al-Syu'ub.

al-Nasā'i, A. A.-K. (t.t). *Sunan al-Nas ā'i*. Beirut: Dār Ihya' al-Turaṣ al-'Arabiyy.

al-Ṭabarī, I. (t.t). *Jamī'ul Bayān fī Tafsīr al-Qur'ān*. Beirut: Muassasah al-Risālah.

Andrzej, S. S. (2017). The Decay of American Cultuer? Pitirim Sorokin's View on the Relevance of Sex Revolution. *INTERCULTURAL RELATIONS ° RELACJE MIĘDZYKULTUROWE ° 2017 ° 2 (2), 2(2)*, 105-120.

An-Nawawi, I. (1392). *Al-Minhaj Syarhu Shohih Muslim ibni Al-Hajjaj*. Kairo: Dar Ihya' At-Turots Al-'Arobi.

Azhari, A., & Fadillah, E. (2016, April). Menyikapi Pluralisme Agama Perspektif Alquran. *Jurnal Esensia*, 17(1), Azhari Andi dan Ezi Fadillah. "Menyikapi Pluralisme Agama Perspektif Alquran" dalam Jurnal Esensia. Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga. Vol. 17. April 2016.

Baharun, M. (2011). *Islam Idealitas Islam Realitas*. Jakarta: Gema Insani.

Berry, A. (2018, JJanuari 26). *Dari bani daster sampai IQ 200 sekolah, 'kamus nyinyir' berbagai istilah di medsos yang diperbarui*. Retrieved from <https://www.bbc.com/>:  
<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42814349>



- Dalimunde, I. (2018, Oktober 20). *Arif Ejek Mental Prabowo Jatuh karena Uang Sandiaga Uno*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com): [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- Dāud, A. (t.t). *Sunan Abī Dāud*. Beirut: Dārul Kitāb al-Arabī.
- Hafiar, H., & Rusmulyadi. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. *PRofesi Humas, Volume 3, No. 1, 2018, hlm. 120-140*, 3(1), 120-140. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/326992724\\_Dekonstruksi\\_Citra\\_Politik\\_Jokowi\\_Dalam\\_Media\\_Sosial](https://www.researchgate.net/publication/326992724_Dekonstruksi_Citra_Politik_Jokowi_Dalam_Media_Sosial)
- Hamid, A., Darwis, & Andriyani, S. (2018, june). Fenomena Politik Cebong dan Kampret di Indonesia: Sebuah Analisis dari Perspektif Pemikiran Politik dalam Islam. *POLITEA*, 1(1), 29-36. Retrieved from [journal.stainkudus.ac.id/index.php/politea/article/view/4320](http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/politea/article/view/4320)
- Hanbal, A. b. (t.t). *Musnad Ahmad bin Hanbal*. Kairo: Mu'assasah Qordova.
- Herlina. (2007). *Labeling dan Pengaruhnya Terhadap Anak*. FOTA-SALMAN. Bandung: JUR.PSIKOLOGI, FIP, Universitas Pendidikan Indonesia. Retrieved from [http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR.\\_PSIKOLOGI/196605162000122-HERLINA/LABELING\\_DAN\\_PERKEMBANGAN\\_ANAK-salman.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PSIKOLOGI/196605162000122-HERLINA/LABELING_DAN_PERKEMBANGAN_ANAK-salman.pdf)
- Kajian Peradaban*. (2018, Oktober 28). Retrieved from <http://psikologispiritual.org/>: “Kajian Peradaban” dalam <http://psikologispiritual.org/kajian-peradaban/> dan “kuliah teori sensing culture” dalam <http://psikologispiritual.org/kuliah-sensing-culture/> diakses pada 28 oktober 2018
- Khotimah, E. (2002). Media Massa dan Labelling Terorisme; Studi Analisis terhadap Skenario Agenda Setting Global dan Nasional. *Jurnal al-Mimbar*, XVIII(1).

- Krisdiyantoro. (18 Agustus 2018, 18 Agustus 2018 18 Agustus 2018). *Anak-anak Banyak Pakai Kata Nyinyir 'Kecebong Vs Kampret,' Ridwan Kamil: Kita Punya Adab*. Retrieved from [jabar.tribunnews.com/2018/08/18/anak-anak-banyak-pakai-kata-nyinyir-kecebong-vs-kampret-ridwan-kamil-kita-punya-adab](http://jabar.tribunnews.com/2018/08/18/anak-anak-banyak-pakai-kata-nyinyir-kecebong-vs-kampret-ridwan-kamil-kita-punya-adab)
- kuliah teori sensing culture. (2018, Oktober 28). Retrieved from <http://psikologispiritual.org/>:  
<http://psikologispiritual.org/kuliah-sensing-culture/>
- Majjah, I. (t.t). *Sunan Ibn Majjah*. t.t: Maktabah Abī al-Ma’āti.
- Mālik, I. (t.t). *al-Muwatta’*. Kairo: Dārul Ihyā’ al-Turās al-‘Arabiy.
- Misbahuddin. (2017, 12 10). Urgensi Guru Sufi. (R. Ahmadi, Interviewer)
- Muhammad, I. A.-H. (1996 M/ 1417 H.). *al-Taqrīr wa al-Tahrīr fi ‘Ilmil Uṣūl*. Beirut: Dārul Fikr.
- Muslim, I. (t.t). *al-Jāmi’ al- Ṣaḥīh*. Beirut: Dārul Āfāq al-Jadīdah.
- Pranoto, S. S. (2018). Inspirasi Alqur’an dan Hadis dalam Menyikapi Hoax. *jurnal al-Quds, STAIN Curup*, 2(2).
- Ritzer, G. (2012). *Ritzer, George. Teori Sosiologi; Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. terjemahan. Saut Pasaribu, dkk.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rohman, I. (2007.). New Approaches in Interpreting the Qur’an in Contemporary Indonesia. *Studia Islamika*, 14(1).
- Rohman, T. (2018 , Agustus 9 ). <https://www.kompasiana.com>. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/taufiq.r/5b6bd1825a676f71f155c904/olok-olok-politik-dari-cebong-kampret-hingga-jendral-kardus>

- Santoso, A. (2018, April 29 ). *"Kecebong dan Kampret" Label-Label Buruk dalam Pemilu*. Retrieved from <https://geotimes.co.id/:https://geotimes.co.id/opini/kecebong-dan-kampret-label-label-buruk-dalam-pemilu/>
- Simpson, R. L. (tt). *SOCIAL FORCES; PITIRIM SOROKIN AND HIS SOCIOLOGY*. nn: nn. Retrieved from [http://www.suz.uzh.ch/dam/jcr:000000000-36d7-41d4-0000-000064b51e55/simpson\\_sorokin.pdf](http://www.suz.uzh.ch/dam/jcr:000000000-36d7-41d4-0000-000064b51e55/simpson_sorokin.pdf)
- Subhan, A. (1994). Dr. Kunto Wijoyo; Alqur'an sebagai Paradigma. *Ulum al-Qur'an.*, 5(4).
- Surakhmad, W. (1990). *Pengantar Penelitian Ilmiah; Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Syafi'i, K. D. (2017, 09 21). Urgensi Sanad. (R. Ahmadi, Interviewer)
- Tamwifi, I. (2014). *Islam dan Kegagalan Demokrasi; Menelusuri Jejak Politik Indonesia Hingga Penghujung Orde Baru*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Tempo, R. (t.t). *Tempo Edisi Khusus Soeharto*. Retrieved from <https://serbasejarah.files.wordpress.com/2012/12/setelah-dia-pergi-soeharto.pdf>
- Tirmīzī, I. (t.t). *Sunan al- Tirmīzī*. Beirut: Dārul Ihyā al-Turās al-'Arabi.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.